

## **BAB III**

### **METODOLOGI PENELITIAN**

#### **3.1. PARADIGMA PENELITIAN**

Paradigma yang digunakan pada penelitian kali ini adalah Konstruktivis. Paradigma konstruktivis dianggap sesuai untuk membangun opini masyarakat tentang pandangan responden tentang situasi yang sedang dibahas pada penelitian kali ini, yaitu tentang munculnya iklan dengan jenis *native advertising* menurut Cresswell 2003 dalam (Hendriyadi, Suryani, 2016, p. 49). Jenis iklan ini mulai muncul pada tahun 2013 dan mulai marak hingga sekarang karena lebih diminati oleh khalayak. Paradigma konstruktivis ini mencoba memahami tindakan sosial pada tingkatan makna yang mengikat manusia, tidak mencoba membuat hukum sosial yang abadi dan juga tidak mengajak masyarakat untuk mengeluarkan pendapat yang sama (Hendriyadi, Suryani, 2016, p. 48). Dengan paradigma konstruktivis seperti ini, maka metode yang paling mungkin digunakan adalah metode pengumpulan data dengan secara kualitatif dengan tujuan untuk memperluas data dan juga memperdalam sebuah deskripsi (Hendriyadi, Suryani, 2016, p. 49).

Dengan penelitian ini paradigma konstruktivis digunakan sebagai alat untuk melihat tanggapan atau respon seperti apa yang dibangun oleh masing-masing kelompok khalayak melalui sebuah iklan yang diselipkan di dalam sebuah konten di media *online*. Pemaknaan yang dibangun atau respon tersebut merupakan hasil pemikiran dari masing-masing individu. Maka data yang dihasilkan

oleh masing-masing kelompok umur tidak harus sama diantara satu sama lainnya.

### **3.2. JENIS DAN SIFAT PENELITIAN**

Penelitian ini dilakukan dengan menggunakan pendekatan kualitatif, yaitu suatu metode yang digunakan untuk mengkaji fenomena atau kasus secara lebih mendalam menurut Creswell 2008 dalam (Semiawan, 2010, p. 7) mendefinisikan penelitian kualitatif sebagai “Suatu pendekatan atau penelusuran untuk mengeksplorasi dan memahami suatu gejala sentral”. Ciri khas dari metode ini yaitu menekankan sebuah proses untuk bisa melihat bagaimana suatu fakta, realita, gejala, dan peristiwa itu terjadi dan dialami. Metode ini berusaha mencari pengertian mendalam yang hendak mempelajari bagaimana seseorang mengerti sesuatu. Dalam penelitian ini, penulis akan mencari tahu pemahaman mendalam dari masing-masing generasi dalam memahami native advertising. Metode ini juga menekankan pada resepsi partisipan yang menjadi kunci utama untuk bisa memahami suatu isu tersebut (Semiawan, 2010, p. 62).

Ada beberapa keunggulan yang dimiliki oleh metode kualitatif. Pertama, yaitu bahwa datanya sangat mendasar karena berdasarkan fakta, peristiwa dan realita. Kedua, pembahasannya mendalam dan terpusat, kerana datanya digali secara mendalam. Ketiga, terbuka pada lebih dari satu pandangan dalam hal ini pandangan dan informasi dari partisipan. Keempat, sifatnya yang realistis dari metode ini, peneliti menggunakan metode ini percaya kepada dinamika dan proses (Semiawan, 2010, p. 62).

Sifat penelitian yang digunakan dalam penelitian ini yaitu deskriptif. Penelitian sosial menggunakan format deskriptif bertujuan untuk menggambarkan, meringkaskan berbagai kondisi, berbagai situasi, atau berbagai variabel yang timbul di masyarakat yang menjadi objek

penelitian itu (Bungin, 2013, p. 48). Deskriptif memfokuskan bahwa data yang dihasilkan berupa teks dan tidak dalam bentuk angka.

### 3.3. METODE PENELITIAN

Penelitian ini merupakan penelitian kualitatif dengan menggunakan analisis resepsi (*reception analysis*) di mana khalayak dilihat sebagai bagian dari *interpretative communities* yang selalu aktif dalam mempersepsi pesan dan memproduksi makna, tidak hanya sekedar menjadi individu pasif yang menerima begitu saja makna yang diproduksi oleh media massa. (McQuail, 1997, p. 19)

Khalayak akan menerima pesan atau makna yang disampaikan oleh pemberi pesan, Menurut Denis McQuail (1997), analisis resepsi menekankan pada penggunaan media sebagai refleksi dari konteks sosial budaya dan sebagai proses dari pemberian makna terhadap sebuah pengalaman dan produksi kultural. Hasil dari riset khalayak ini merupakan representasi suara khalayak atau berbicara atas nama khalayak

Ada tiga elemen pokok dalam metodologi resepsi yang secara eksplisit bisa disebut sebagai “*the collection, analysis, and interpretation of reception data*” (Jensen, 1991, p. 139).

1. Mengumpulkan data dari khalayak.

Data bisa diperoleh melalui wawancara mendalam (baik individual maupun kelompok). Dalam uraian ini lebih ditekankan perolehan data melalui wawancara kelompok yang akrab disebut *focus group discussion*. Dalam analisis resepsi, perhatian utama dalam wawancara mendalam secara kelompok tetap harus berpegang pada wacana atau pembahasan yang dekat dengan khalayak yang akan dijadikan responden. Wawancara berlangsung untuk menggali bagaimana masing-masing generasi memaknai *native advertising* itu sendiri. Penulis akan melakukan wawancara dengan masing-masing generasi secara tidak bersamaan, untuk

dapat mengelompokkan respon dari masing-masing generasi.

## 2. Analisis Wawancara Audiens

Analisis ini mengacu pada masing-masing respon yang telah dijabarkan oleh masing-masing generasi. Analisis ini dapat dilakukan dengan cara mengkaji jawaban mereka, atau mengubah rekaman respon mereka menjadi sebuah catatan dengan cara transkrip data agar data dapat dikaji secara rinci. Setelah membuat hasil rangkuman dari wawancara yang telah dilakukan, penulis dapat mengelompokkan masing-masing respon, menginterpretasikan makna yang tidak tersurat dalam wawancara tersebut dan juga menggambarkan bagaimana proses masing-masing wawancara dapat terjadi.

## 3. Menginterpretasi hasil wawancara

Peneliti akan menginterpretasikan pengalaman dan latar belakang dari masing-masing generasi dan setelah itu penulis akan menggabungkan dengan respon yang telah mereka berikan, dan penulis akan mengelompokkan apakah mereka berada di posisi *dominant* atau setuju bahwa native advertising memang dikerjakan oleh editorial, atau *negotiated* yang setuju bahwa memang dibuat oleh tim editorial namun tetap ada pihak pengiklan yang menginginkan iklannya dibuat secara menyatu, atau berada di posisi *Oppositional* dimana menganggap konten yang dibuat oleh tim editorial adalah sebuah kesalahan karena berada bersamaan dengan iklan yang serupa dengan konten.

### 3.4. KEY INFORMAN

*Key informan* atau informan kunci dalam penelitian ini adalah orang-orang dari masing-masing gen yang memang menjadi objek utama penelitian. Sugiyono (2011) dalam bukunya mengatakan bahwa teknik pemilihan sampel atau *sampling* yang sering digunakan pada metode penelitian kualitatif adalah *purposive sampling* dan juga *snowball sampling*. Pada penelitian kali ini, penulis akan menggunakan

*purposive sampling*, dimana sampel dipilih dengan berbagai macam pertimbangan. Setelah itu penulis akan memilih sampel yang dianggap sesuai dengan penelitian ini. *Purposive sampling* penulis pilih karena dengan itu, sampel akan sesuai dengan kriteria seperti yang sudah ditulis di teori *Encoding - Decoding* milik Hall dan dapat memberikan respon yang sesuai dengan penelitian ini.

Lalu, penulis akan menargetkan sekitar tiga orang, mengapa dipilih tiga orang, karena pada masing- masing generasi, terdapat tahun awal kelahiran, pertengahan dan juga akhir kelahiran. Umur menjadi sangat penting karena generasi-generasi ini terbagi atas dasar umur. Tiga orang dari masing-masing generasi itu akan digali informasi lebih dalam tentang bagaimana mereka memaknai *native advertising* serta mencari tahu berada di posisi manakah mereka setelah memaknai *native advertising* tersebut menggunakan model *Encoding – Decoding* milik Stuart Hall.

Selain umur mereka, penulis juga memilih responden penulis yang masih menggunakan gawai dan juga membaca berita lewat gawai mereka. Sesuai dengan apa yang dikatakan oleh Hall (1973) bahwa faktor terbesar suatu khalayak dalam memaknai suatu berita adalah bagaimana latar belakang, status sosial dan juga usia mereka.

### **3.5. TEKNIK PENGUMPULAN DATA**

Data merupakan bagian terpenting dari penelitian. Dalam penelitian ini, pengumpulan data dilakukan dengan cara wawancara. Teknik wawancara dengan para narasumber dianggap relevan dalam penelitian ini, karena wawancara adalah proses memperoleh keterangan untuk tujuan penelitian dengan cara tanya jawab sambil bertatap muka antara pewawancara dengan responden atau orang yang diwawancarai dengan menggunakan pedoman wawancara (Bungin, 2013, h. 133). Namun peneliti lebih menggunakan teknik wawancara

sistematik. Wawancara sistematik adalah wawancara yang dilakukan dengan terlebih dahulu pewawancara mempersiapkan pedoman (*guide*) tertulis tentang apa yang hendak ditanyakan kepada responden. Pedoman wawancara tersebut digunakan oleh pewawancara sebagai alur yang harus diikuti mulai dari awal hingga akhir berupa sederetan daftar pertanyaan dari yang paling mudah dijawab sampai hal-hal yang lebih kompleks (Bungin, 2013, h. 134).

### **3.6. TEKNIK ANALISIS DATA**

Dalam analisis kualitatif, data yang muncul berwujud kata-kata bukan angka. Data itu telah dikumpulkan dalam berbagai macam teknik mulai dari wawancara, studi kepustakaan dan metode kualitatif lainnya. Miles & Huberman membagi tiga alur kegiatan dalam menganalisis data kualitatif, antara lain:

#### **1. Reduksi data**

Reduksi data adalah suatu bentuk analisis yang mempertajam, memilih, memfokuskan, membuang, dan menyusun data dalam suatu cara di mana kesimpulan akhir dapat digambarkan dan diverifikasi (Emzir, 2010, p. 130). Alur Reduksi data ini juga dapat diartikan sebagai proses pemilihan, pemusatan perhatian pada penyederhanaan, pengabstrakan, dan transformasi data yang muncul dari catatan-catatan lapangan (Patilima, 2011, p. 100). Data kualitatif dapat direduksi dan ditransformasikan dalam banyak cara yaitu melalui seleksi halus, melalui rangkuman atau paraphrase, melalui menjadikannya bagian dalam suatu pola yang besar dan seterusnya (Emzir, 2010, p. 130).

## 2. Penyajian data

Dalam tahap ini peneliti berusaha menyederhanakan informasi yang kompleks ke dalam kesatuan bentuk yang disederhanakan dan selektif atau konfigurasi yang mudah dipahami (Patilima, 2011, p. 101). Semua informasi dirancang untuk merakit informasi yang tersusun dalam suatu yang dapat diakses secara langsung, bentuk yang praktis, dengan demikian peneliti dapat melihat apa yang terjadi dan dapat dengan baik menggambarkan kesimpulan yang dijustifikasikan maupun bergerak ke analisis tahap berikutnya (Emzir, 2010, p. 132).

## 3. Penarikan kesimpulan

Dari permulaan pengumpulan data, peneliti mulai mencari arti dari pola-pola, penjelasan, konfigurasi-konfigurasi yang mungkin, alur sebab akibat dan proposisi. Kesimpulan akhir tergantung pada besarnya kumpulan-kumpulan catatan lapangan, , penyimpanan, dan metode pencarian ulang yang digunakan, dan kecakapan peneliti. Penarikan kesimpulan, hanyalah sebagian dari suatu kegiatan dari konfigurasi yang utuh. Pembuktian kembali dan verifikasi dapat dilakukan untuk mencari pembenaran dan persetujuan (Patilima, 2011, p. 101).

### **3.7. KEABSAHAN DATA**

Dalam penelitian kualitatif yang menjadi persoalan penting yaitu tentang pengujian keabsahan penelitian. (Bungin, 2010, p. 253) Banyak dari penelitian kualitatif yang diragukan kebenarannya karena beberapa hal:

1. Subjektivitas peneliti merupakan hal yang dominan dalam penelitian kualitatif

2. Alat penelitian yang diandalkan adalah wawancara dan observasi mengandung banyak kelemahan ketika dilakukan secara terbuka dan apalagi tanpa *control*
3. Sumber data kualitatif yang kurang *credible* akan mempengaruhi hasil akurasi.

Dalam metode kualitatif untuk menjamin akurasi dan kredibilitas hasil penelitian seperti triangulasi, member cheking dan auditing. Penelitian ini dalam menguji keabsahan data menggunakan metode triangulasi dan member checking.

Teknik Triangulasi ini lebih mengutamakan efektifitas proses dan hasil yang diinginkan. Oleh karena itu, triangulasi dapat dilakukan dengan menguji apakah proses dan hasil metode yang digunakan sudah berjalan dengan baik (bungin, 2010, p. 252). Metode triangulasi terbagi menjadi empat. Pertama, triangulasi kejujuran peneliti dengan meminta bantuan peneliti lain untuk melakukan pengecekan langsung, wawancara ulang, serta merekam data yang sama di lapangan. Kedua, triangulasi sumber data dengan membandingkan dan mengecek baik derajat kepercayaan suatu informasi yang diperoleh melalui waktu dan cara yang berbeda. Ketiga, triangulasi dengan metode yaitu melakukan pengecekan beberapa sumber data dengan metode yang sama. Dan terakhir, triangulasi dengan teori yaitu dengan menguraikan pola, hubungan dan menyertakan penjelasan yang muncul dari analisis untuk mencari tema atau penjelasan pembanding (Bungin, 2010, p. 256-257).

Sedangkan *member checking* adalah data hasil dari wawancara yang akan dikonfrontasikan kembali dengan partisipan atau pemberi informasi. Partisipan harus membaca, mengoreksi atau memperkuat ringkasan hasil wawancara yang dibuat oleh peneliti (Semiawan, 2010, p. 134).